

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemilihan lokasi usaha suatu perusahaan atau organisasi merupakan salah satu keputusan yang penting bagi perusahaan. Keputusan pemilihan lokasi usaha suatu perusahaan atau organisasi merupakan keputusan untuk jangka panjang perusahaan. Hal ini akan berdampak pada keberlangsungan perusahaan tersebut. “Lokasi memiliki pengaruh yang besar pada keseluruhan risiko dan laba perusahaan.” (Heizer & Render, 2015)

Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan mengurangi kemungkinan risiko negatif yang akan dihadapi perusahaan. Pemilihan lokasi yang tepat juga akan berpengaruh terhadap biaya-biaya yang ditimbulkan akibat pemilihan lokasi tersebut. Pertimbangan pemilihan lokasi suatu usaha akan berbeda sesuai dengan bidang bisnis yang akan dijalankan. Perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur akan menerapkan strategi biaya minimal untuk meminimalkan biaya, sedangkan perusahaan jasa pemilihan lokasi bertujuan untuk meningkatkan keuntungan.

Setiap perusahaan dan bisnis memiliki pertimbangan yang berbeda dalam pemilihan lokasi suatu usaha. Banyak faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi suatu usaha. Seperti perusahaan jasa, salah satu faktor pemilihan lokasi suatu usaha adalah pasar yang akan ditargetkan. Sedangkan untuk perusahaan manufaktur, salah satu faktor pemilihan lokasi suatu usaha didasarkan pada kedekatan dengan supplier atau bahan baku. Menurut Saiman L (2009:246)

terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha yaitu faktor primer dan sekunder. Letak pasar dan fasilitas pengangkutan termasuk ke dalam faktor primer, sedangkan biaya atau izin pembangunan dan tempat parkir termasuk ke dalam faktor sekunder.

“Beberapa akibat apabila salah dalam memilih lokasi usaha adalah rendahnya pendapatan operasi yang mungkin akan menyebabkan terjadinya hal-seperti berikut: (1). Tingginya biaya transportasi yang harus dikeluarkan. (2). Kekurangan tenaga kerja yang kita butuhkan. (3). Kehilangan kesempatan dalam bersaing. (4). Tidak cukupnya bahan baku yang tersedia.” (Saiman. L, 2015). Pemilihan lokasi usaha juga berpengaruh terhadap keberlangsungan dari usaha tersebut. Menurut Zimmerer (2009:290) Rahasia dari memilih lokasi yang ideal terletak pada pengetahuan akan faktor-faktor yang berperan penting bagi keberhasilan perusahaan dan kemudian menemukan lokasi yang paling sesuai dengannya, terutama dengan faktor-faktor terpentingnya.

Dewasa ini, perusahaan jasa mengalami peningkatan yang signifikan. Dari sekian banyak usaha jasa yang berkembang salah satunya adalah toko roti. Kota Malang yang merupakan kota pelajar sekaligus kota wisata menjadi daya tarik bagi seseorang untuk memulai usaha. Hal tersebut berdampak pada terciptanya pasar potensial di Kota Malang. Banyaknya pendatang yang menetap atau sekedar singgah menjadikan Kota Malang sebagai pasar potensial oleh berbagai macam usaha.

Bagi usaha toko roti, lokasi yang tepat merupakan prioritas utama dalam mendirikan sebuah usaha. Toko roti yang merupakan perusahaan jasa menggunakan strategi mendekati para konsumennya. Hal tersebut yang menjadikan lokasi sebagai prioritas utama dalam menjalankan usaha. Pemilihan lokasi yang strategis di Kota Malang akan berdampak pada biaya tinggi yang harus dibayarkan oleh pengusaha untuk lokasi tersebut. Pemilihan lokasi strategis dengan biaya tinggi ini diharapkan akan memperoleh pendapatan yang lebih besar.

Pemilihan lokasi bisnis merupakan salah satu strategi bisnis, dalam penerapan strategi bisnis ini akan mempertimbangkan beberapa faktor. Strategi pemilihan lokasi usaha yang dilakukan oleh usaha toko roti bertujuan untuk mendekatkan usaha dengan pelanggan. Kedekatan lokasi usaha dengan pelanggan bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam mengonsumsi produk yang ditawarkan. Selain kedekatan dengan pelanggan, faktor lain yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha adalah transportasi yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha. Dalam usaha toko roti, akses transportasi merupakan kebutuhan utama dalam menjalankan usaha, jika transportasi menuju lokasi usaha sulit ditemukan maka akan berdampak pada sulitnya konsumen untuk menjangkau lokasi usaha tersebut. Selain itu, akses transportasi berpengaruh terhadap kemudahan pemasok produk untuk menyalurkan produk ke lokasi usaha. Faktor lain dalam penentuan lokasi usaha adalah tempat parkir. Ketersediaan tempat parkir di suatu lokasi usaha dapat mempengaruhi minat konsumen untuk datang ke lokasi usaha tersebut.

Jika lokasi usaha memiliki lahan yang sempit atau tidak memiliki lahan untuk tempat parkir maka akan mempengaruhi minat konsumen untuk datang.

Fenomena tersebut didukung oleh beberapa keluhan pemilik toko roti di Kota Malang bahwa intensitas kedatangan pelanggan mengalami penurunan yang berpengaruh terhadap menurunnya pendapatan perusahaan. Salah satu penyebabnya adalah lokasi usaha yang strategis di Kota Malang membutuhkan biaya yang tinggi. Beberapa toko roti di Kota Malang harus mencari lokasi yang membutuhkan biaya yang lebih rendah dengan risiko lokasi yang kurang strategis. Lokasi yang kurang strategis ini berdampak pada sulit diketahui oleh konsumen.

Berdasarkan uraian di atas dan fenomena yang ada, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Lokasi Usaha Toko Roti di Kota Malang**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang ada di latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian yaitu “Bagaimana pemilihan lokasi usaha toko roti di Kota Malang?”

C. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pemilihan lokasi usaha toko roti di Kota Malang.

D. Manfaat

1. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan penelitian selanjutnya yang berkaitan tentang pemilihan lokasi usaha pada toko roti.

2. Diharapkan bermanfaat sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan toko roti dalam penentuan lokasi usaha yang tepat.

